

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi Kasus Pada Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya,
Bekasi)**

SKRIPSI

Galang Yusup Prambudi

21150000392



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi Kasus Pada Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya,
Bekasi)**

SKRIPSI

Galang Yusup Prambudi

21150000392



**SKRIPSIINI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini berjudul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN

(Studi kasus pada Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya, Bekasi)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi yang sudah dipublikasikan ataupun pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan dilingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya saya cantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 22 Februari 2022

Galang Yusup Prambudi

NPK : 21150000392

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN

**(Studi kasus pada Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya,
Bekasi)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian menjadi Sarjana Manajemen (S.M) dengan program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Ir. Ginanjar Syamsuar, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 22 Februari 2022

Pembimbing

Kepala Program Studi S1-Manajemen



Ir. Ginanjar Syamsuar, ME



HALAMAN PENGESAHAN

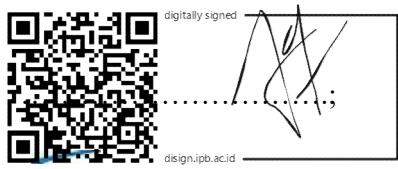
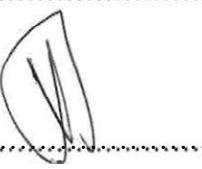
Skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN

(Studi kasus pada Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya, Bekasi)

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 22 Februari 2022 dengan nilai **A-**

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.; 
Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.; 
Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Pembimbing)
3.; 
Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc
(Anggota Penguji 1)
4.; 
Dr. Dian Surya Sampurna, SE., MM
(Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu memberikan bimbingan, pengarahan, saran, dan memotivasi dalam penyusunan skripsi.
2. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc dan Bapak Dr. Dian Surya Sampurna, SE., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak M. Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku ketua Yayasan Pendidikan Fatahilah Jakarta.
5. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Kedua orang tua saya Bapak Wasikun dan Ibu Warsinah serta segenap keluarga tercinta yang telah memberikan kasih sayang yang tidak ada batasnya dan selalu memberikan bantuan dukungan material dan moral serta memberikan semangat untuk kesuksesan anaknya kapanpun dan dimanapun.
8. Teman-teman seperjuangan di jenjang Strata S-1 Abu Hirzan, Vibrian, Reza Hazmi, Fajar Maulana, Yudistira Arfiyan, Ryan Richart, Khairul Nur Adli,

Zamak dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak berbagi cerita dan juga mendukung kemajuan penulis dalam pembuatan skripsi ini. Terimakasih atas semua kontribusi kalian dan semoga kebaikan kalian semua mendapatkan rahmat dengan balasan pahala dan nikmat yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

9. Serta berbagai pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 22 Februari 2022

Galang Yusup Prambudi

NPM 21150000392

HALAMAN PERNYATAAN PERSETEJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Galang Yusup Prambudi

NPM 21150000392

Program Studi : S-1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Hak Bebas **Royalti Noneksekutif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas skripsi yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN

(Studi kasus pada Waroeng Seafood Kang Djyo Mustikajaya, Bekasi)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Februari 2022

Yang menyatakan

Galang Yusup Prambudi

Galang Yusup Prambudi 21150000392 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN	
(Studi Kasus Pada Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya, Bekasi)	
ABSTRAK	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen (studi kasus pada Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya, Bekasi)</p> <p>Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen di Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya, Bekasi. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan rumus <i>lemeshow</i>. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur dengan program <i>Partial Least Square</i>.</p> <p>Hasil penelitian ini menunjukan bahwa, persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen, kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen, kepuasan konsumen tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen tidak memediasi persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen tidak memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen tidak memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.</p>	
Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen	

Galang Yusup Prambudi 21150000392 <i>Programme Study S-1 Management</i>	<i>Supervisor :</i> Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
---	--

**THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, QUALITY OF SERVICE
AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH
CUSTOMER SATISFACTION**

(Case Study on Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya, Bekasi)

ABSTRACT

This research aims to find out the influence of price perception, service quality and product quality on customer loyalty through consumer satisfaction (case study on Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya, Bekasi)

The research method used is a survey method, using questionnaires as a data collection tool. The population in this study were all consumers in Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya, Bekasi. The sample used was 100 respondents with the lemeshow formula. The study used a path analysis method with the Partial Least Square program.

The results of this study show that, price perception does not have a positive effect on customer loyalty, service quality has a positive effect on customer loyalty, product quality has a positive effect on customer loyalty, price perception does not have a positive effect on customer loyalty through mediation of consumer satisfaction, service quality has a positive effect on customer loyalty through mediation of consumer satisfaction, product quality does not have a positive effect, customer loyalty through the mediation of consumer satisfaction, consumer satisfaction does not have a positive effect on customer loyalty, consumer satisfaction does not mediate price perception of customer loyalty, consumer satisfaction does not mediate the quality of service to customer loyalty, consumer satisfaction does not mediate product quality to customer loyalty.

Keywords: *Price Perception, Service Quality, Product Quality, Customer Loyalty, Consumer Satisfaction*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL COVER LUAR	<i>i</i>
HALAMAN SAMPUL COVER DALAM.....	<i>i</i>
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	<i>ii</i>
PERSETUJUAN PEMBIMBING	<i>iii</i>
HALAMAN PENGESAHAN	<i>iv</i>
KATA PENGANTAR	<i>v</i>
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	<i>vii</i>
ABSTRAK	<i>viii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>ix</i>
DAFTAR ISI	<i>x</i>
DAFTAR TABEL	<i>xiv</i>
DAFTAR GAMBAR.....	<i>xv</i>
DAFTAR LAMPIRAN.....	<i>xvi</i>

BAB I PENDAHULUAN	1
--------------------------------	----------

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
------------------------------------	----------

2.1. Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.3 Persepsi Harga	9

2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.5 Kualitas Produk	14
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	15
2.1.7 Kepuasan Konsumen.....	17
2.2 Review Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
2.4 Hubungan antar Variabel Penelitian	28
2.4.1 Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan.....	28
2.4.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	29
2.4.3 Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan	29
2.4.4 Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.....	29
2.4.5 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	30
2.4.6 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.....	30
2.4.7 kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan .	31
2.4.8 Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasaan konsumen	31
2.4.9 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan konsumen.....	31
2.4.10Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan konsumen.....	32
2.5 Pengembangan Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Strategi Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel Penelitian.....	35
3.2.3 Teknik Sampling.....	36
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 Data.....	36

3.3.2 Metode Pengumpulan Data	37
3.3.3 Skala Pengukuran.....	37
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	38
3.5 Metode Analisis Data.....	40
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	40
3.5.2 Analisis Statistik Data.....	41
3.5.3 Analisis Outer Model (Measurament Model).....	41
3.5.4. Analisis Inner Model.....	42
3.6. Pengujian Hipotesis.....	43
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Singkat Waroeng Seafood Kang Djoyo.....	46
4.1.2 Visi & Misi Waroeng Seafood Kang Djoyo.....	46
4.2 Deskripsi karakteristik Responden	47
4.3 Analisis Statistik Data	48
4.3.1 Skema Model Partial Least Square (PLS).....	48
4.2 Pembahasan	57
4.3 Temuan hasil penelitian.....	59
4.3.1 Hipotesis 1 : persepsi harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.....	59
4.3.2 Hipotesis 2 : kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.....	60
4.3.3 Hipotesis 3 : kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.....	60
4.3.4 Hipotesis 4 : persepsi harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen	61

4.3.5 Hipotesis 5 : kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen	62
4.3.6 Hipotesis 6 : kualitas produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen	62
4.3.7 Hipotesis 7 : kepuasaan konsumen berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.....	63
4.3.8 Hipotesis 8 : pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasaan konsumen	64
4.3.9 Hipotesis 9 : pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasaan konsumen	64
4.3.10Hipotesis 10 : pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasaan konsumen	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1. SIMPULAN.....	66
5.2. SARAN	68
5.3. Keterbatasan penelitian dan pengembangan penelitian selanjutnya.....	68
DAFTAR REFERENSI	69
LAMPIRAN	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....	37
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Penelitian	39
Tabel 4. 1 Profil Responden	47
Tabel 4. 2 Outer Model	49
Tabel 4. 3 Cross Loading	50
Tabel 4. 4 Average Variance Extracted (AVE).....	51
Tabel 4. 5 Composite Reliability	51
Tabel 4. 6 Cronbach's Alpha	52
Tabel 4. 7 Nilai R Square	53
Tabel 4. 8 T-Statistics dan P-Values.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Sobel	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
Gambar 4. 1 – Outer Model.....	48
Gambar 4. 2 – Inner Model	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1	Kuisisioner Penelitian.....	72
Lampiran 1. 2	Tabulasi Persepsi Harga (X1).....	76
Lampiran 1. 3	Tabulasi Kualitas Pelayanan (X2)	78
Lampiran 1. 4	Tabulasi Kualitas Produk (X3).....	80
Lampiran 1. 5	Tabulasi Loyalitas Pelanggan (Y)	82
Lampiran 1. 6	Tabulasi Kepuasan Konsumen (Z)	85
Lampiran 1. 7	Hasil Output SMARTPLS.....	87
Lampiran 1. 8	Convergen Validity.....	88
Lampiran 1. 9	Discriminant Validity.....	88
Lampiran 1. 10	Average Variance Extracted (AVE)	89
Lampiran 1. 11	Composite Reliability	89
Lampiran 1. 12	Cronbach Alpha.....	89
Lampiran 1. 13	Uji Kebaikan Model (Goodnes of Fit).....	89
Lampiran 1. 14	Uji Hipotesis.....	90
Lampiran 1. 15	Hasil Uji Sobel.....	91
Lampiran 1. 16	Surat Riset Penelitian.....	92